

政策シート

政策名

07 世界を含めた都市間競争を勝ち抜くシティプロモーションの展開

予算費目名

01 観光・シティプロモーション振興費

1 基本情報

(1) 総合計画体系

分野

01 産業経済

理想の姿 (30年後)	◆創造性と安定性を兼ね備えた浜松の産業が、世界経済を支えている。
政策の柱 (10年後)	◆輸送用機器関連産業に次ぐ新たなリーディング産業が集積し、持続可能な地域経済が確立している。 ◆来訪者が浜松の魅力とおもてなしを実感し、リピーターが増えている。 ◆多様な担い手による付加価値の高い農林水産業が行われている。

基本政策

01 世界の一步先を行く産業・サービスの創造

(2) 政策の概要(当年度(2024年度)実施内容)

多彩な魅力の発信による都市のブランディングを通じて、交流人口の拡大、移住・定住の促進、産品等の販路拡大、文化振興や企業誘致等、地方創生につなげる。

(3) 関連するSDGsのゴール

⑧成長・雇用	⑫生産・消費	⑭海洋資源						
--------	--------	-------	--	--	--	--	--	--

2 政策コストの状況(千円)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
予算	924,811	3,065,706	2,341,137	3,505,578	1,671,743	1,593,538
決算	916,683	1,571,704	2,916,730	3,209,197	1,616,114	1,278,725
人件費(報酬等)(A)						
人件費(人工分)(B)	59,500	66,500	76,300	69,300	79,100	73,500
年間経費(決算+A+B)	976,183	1,638,204	2,993,030	3,278,497	1,695,214	1,352,225

3 政策指標の状況

政策指標	単位	年度	2019	2020	2021	2022	2023	2024
市区町村別魅力度ランキング(全国順位)	位	目標	42	40	38	35	32	30
		実績	44	45	59	50	44	47
		目標						
		実績						
		目標						
		実績						

4 当年度(2024年度)政策評価

(1) 当年度(2024年度)実施内容

本市の強みであるものづくり、豊富な食材、歴史・文化、音楽等の魅力ある地域資源について、SNSやWEB広告などデジタルを用いた情報発信を行い、本市の知名度、魅力度の向上に努めた。
また、浜松市内への全国規模のロケ誘致やロケ支援を行うことにより、ロケ隊の直接的経済効果に加え、上映・放送による本市の知名度の向上、集客力の強化により観光誘客を図った。
ふるさと納税事業により全国から寄附金を集めるとともに、特産品の返礼を通じた地域産業の振興に努めた。

(2) 政策評価(政策の進捗及び課題)

<進捗>	計画通り
コロナ禍の長期化によって減少していた集客イベントの回復に伴い、リアルプロモーションの機会を増加させるとともに、インフルエンサーやSNS等を活用したターゲットに合わせたプロモーションを実施した結果、市区町村別認知度ランキングは前年度の順位を上回ったが、目標の達成には至らなかった。 大河ドラマの放送終了に伴い、情報番組等の撮影が減り、撮影支援件数は減少したが、浜松、いばらき、諏訪圏のそれぞれのフィルムコミッションが独自でPR活動をしつつ、3地域合同の企画を成功させたことなどが評価され、第10回JFCアワードにおいて優秀賞を共同受賞した。 また、ふるさと納税事業については現地決裁型ふるさと納税などの新たなポータルサイトを導入し、寄附額の向上に努めたが、目標額を下回る寄附額となった。	

◇政策実現のために実施する事業一覧

	事業名	総合戦略	主要事業	完了	コスト (千円)	事業費 (千円)	人工				報酬 (千円)
							正規	再任用 (31h)	再任用 (26h)	会計年度 (人事課)	
1	シティプロモーション事業	○	○		103,353	77,164	4.1			1.0	
2	フィルムコミッション推進事業	○	○		40,815	17,687	3.1			1.0	
3	ふるさと納税事業	○	○		1,208,057	1,498,687	0.9			4.0	
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
計					1,352,225	1,593,538	8.1			6.0	

※人工単価(千円)正規7,000 再任用(h31)3,600 再任用(h26)2,600 会計年度任用職員(人事課予算)2,800

事業シート (事業名) 01 シティプロモーション事業

1 基本情報

(1) 事業目的・事業対象

多彩な魅力の発信による都市のブランディングを通じて、交流人口の拡大、移住・定住の促進、産品等の販路拡大、文化振興や企業誘致等、地方創生につなげる。

(2) 事業の性質

開始年度	終了予定	会計区分	事務区分	根拠法令等
2005	-	一般会計	自治事務(その他)	

(3) 事業の位置付け

主要事業	☐	※「総合戦略」該当事業 及び 政策実現のため特に重要な事業を主要事業とする。							
総合戦略	☐	(施策)	Ⅲ-2(2)ア						

(4) 関連するSDGsのゴール

							⑧成長・雇用		
	⑫生産・消費		⑭海洋資源						
事業とゴールの 関連性	シティプロモーションの展開による都市ブランドの確立により、「訪問したい」「住んでみたい」と「選ばれる」都市になることで、雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる観光業を促進し、持続可能な経済成長へとつなげる。								

2 事業コストの状況(千円)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算	80,077	2,007,288	1,094,829	2,145,704	92,290	77,164
	決算	75,769	554,664	1,714,314	1,931,818	81,336	71,853
	国・県支出		413,893	1,404,160	1,859,084	1,794	
	市債						
	その他	9,010					
	一般財源	66,759	140,771	310,154	72,734	79,542	71,853
一般会計繰入金							
人件費(報酬等)(A)							
人件費(人工分)(B)		30,800	27,020	39,620	32,620	39,620	31,500
人工	正規	3.6	3.3	4.7	3.7	4.7	4.1
	再任用(31h)						
	再任用(26h)						
	会計年度任用職員(人事課予算)	2.0	1.4	2.4	2.4	2.4	1.0
年間経費(決算+A+B)		106,569	581,684	1,753,934	1,964,438	120,956	103,353

3 事業の指標の状況(2024:総合戦略・基本計画最終年度)

指標名称	総合戦略 施策体系	年度	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
市区町村別魅力度ランキング(全国順位) (位)	Ⅲ-2(2) ア	目標	42	40	38	35	32	30
		実績	44	45	59	50	44	47
サポーターズクラブ会員数(人)		目標	1,450	1,500	1,550	1,600	1,650	1,700
		実績	1,509	1,515	1,514	1,509	1,537	1,586
市区町村別認知度ランキング(全国順位) (位)	Ⅲ-2(2) ア	目標	15	25	23	20	17	15
		実績	28	31	44	32	33	32
市区町村別認知度ランキング(県内順位) (位)		目標	1	1	1	1	1	1
		実績	3	2	3	3	3	2
		目標						
		実績						

(管理番号)									
2024年度	分野	基本政策	政策	予算費目	所属コード	事業	(担当課)	(責任者)	(基準日)
	01	01	07	01	001705000	01	観光・シティプロモーション課	澤田 吉延	2025.7.1

4 当年度(2024年度)事業実施内容 (Do)

①デジタルマーケティングの手法を活用したシティプロモーション

- ・動画を中心としたコンテンツの制作、デジタル分野を活用した発信、データによる効果検証
- ・SNS発信事業(代行運用等によるアカウント周知、集客)

 ②企業連携シティプロモーション

- ・株式会社LDH JAPANと連携した事業として、「第78回全国お茶まつり静岡大会 はままつ茶+」のステージイベント内でLDH所属アーティストによるラジオ公開収録を実施

 ③インフルエンサーを活用した魅力発信事業

- ・ユーチューバーなどのインフルエンサーを活用した本市の魅力の発信

 ④メタバースを活用した魅力発信

- ・国内外から多くの集客があるメタバースイベントへの本市PRブースの出展

 ⑤その他シティプロモーション

- ・民間専門人材活用事業(都市ブランド戦略マネージャー活動費)
- ・浜松城観光誘客及びプロモーション業務(家康くん、直虎ちゃん、武将隊の定期登場を通じた出世の街等のPR)
- ・やらまいか大使事業 等

5 当年度(2024年度)事業評価 (Check)

(1)事業の成果と課題
 指標の達成度

計画通り

- ・デジタルマーケティングの手法を活用したプロモーションを実施し、データの計測・分析を行うことで、施策の改善を図った。併せて発信力・影響力のあるインフルエンサーや企業等と連携したプロモーションを実施しターゲットに合わせた戦略的なプロモーションを展開した。
- ・市区町村別認知度ランキングは前年度の順位を上回ったが、目標の達成には至らなかった。

(2) 考慮すべき社会経済状況の変化 (新たな社会課題や機会、法制度の改正、他団体の動向など)

- ・人口減少や少子高齢化の進行により、定住人口・交流人口・関係人口の増加を図る必要がある。

6 事業の見直し (Action)

(1) 当年度(2024年度)見直し内容(実施結果の振り返り)
 大項目

改善

 小項目

業務改善

 /

情報発信

 事業費

現状

 人工

現状

- ・ターゲットに合わせ、デジタルを活用したプロモーションとリアルイベントを状況に応じて使い分けた戦略的な事業展開を行った。

(2) 翌年度(2025年度)以降見直し内容(今後の方向性)
 大項目

改善

 小項目

業務改善

 /

情報発信

 事業費

現状

 人工

現状

- ・デジタルを活用したプロモーションを実施し、発信したコンテンツに対してどのような反応があったのか等の詳細なデータを計測、分析し、戦略的にシティプロモーションを展開する。
- ・併せて首都圏でのリアルイベントを新たに実施するなど、ターゲットに合わせた魅力発信を行う。

(管理番号)									
2024年度	分野	基本政策	政策	予算費目	所属コード	事業	(担当課)	(責任者)	(基準日)
	01	01	07	01	001705000	02	観光・シティプロモーション課	澤田 吉延	2025.7.1

事業シート

(事業名) 02 フィルムコミッション推進事業

1 基本情報

(1) 事業目的・事業対象

浜松市内のロケ候補地の紹介や案内、施設管理者との折衝など円滑なロケの進行を支援し、直接的経済効果に加え、上映・放送による話題性、知名度とブランド認知の向上、ロケ地巡りを目的とした観光客の増加などにより地域活性化を推進する。

(2) 事業の性質

開始年度	終了予定	会計区分	事務区分	根拠法令等
2005	-	一般会計	自治事務(その他)	-

(3) 事業の位置付け

主要事業	☐	※「総合戦略」該当事業 及び 政策実現のため特に重要な事業を主要事業とする。							
総合戦略	☐	(施策)	Ⅲ-2(2)ア						

(4) 関連するSDGsのゴール

							⑧成長・雇用		
	⑫生産・消費								
事業とゴールの関連性	観光に資する情報発信を強化することで、観光交流客数の拡大につなげることは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。								

2 事業コストの状況(千円)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算	4,543	7,618	16,695	6,614	12,614	17,687
	決算	3,784	6,718	7,207	6,304	11,425	16,315
	国・県支出						
	市債						
	その他						
	一般財源	3,784	6,718	7,207	6,304	11,425	16,315
一般会計繰入金							
人件費(報酬等)(A)							
人件費(人工分)(B)		16,100	23,100	23,100	23,100	23,100	24,500
人工	正規	1.9	2.9	2.9	2.9	2.9	3.1
	再任用(31h)						
	再任用(26h)						
	会計年度任用職員(人事課予算)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
年間経費(決算+A+B)		19,884	29,818	30,307	29,404	34,525	40,815

3 事業の指標の状況(2024:総合戦略・基本計画最終年度)

指標名称	総合戦略 施策体系	年度	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
全国規模の撮影支援件数(件)		目標	-	96	100	105	110	115
		実績	92	94	91	109	114	71
		目標						
		実績						
		目標						
		実績						
		目標						
		実績						
		目標						
		実績						

(管理番号)									
2024年度	分野	基本政策	政策	予算費目	所属コード	事業	(担当課)	(責任者)	(基準日)
	01	01	07	01	001705000	02	観光・シティプロモーション課	澤田 吉延	2025.7.1

4 当年度(2024年度)事業実施内容 (Do)

- ・浜松市内への全国規模のロケ誘致やロケ支援を行うことにより、ロケ隊の直接的経済効果に加え、上映・放送による本市の知名度の向上、集客力の強化により観光誘客を図った。
- (1)映像コンテンツを活用したプロモーション事業
(2)ロケ地マップ作成事業
(3)フィルムコミッションHP管理運営事業
(4)ロケ地フェアへの出展による制作会社への直接セールス

5 当年度(2024年度)事業評価 (Check)

(1)事業の成果と課題

指標の達成度

- ・全国規模の撮影支援件数は2023年度に計画値110件に対して実績値が114件と計画値を上回っていたが、大河ドラマの放送終了による情報番組等の撮影減が影響し、2024年度においては目標値115件に対し実績値が71件と支援件数は減少した。
- ・JFC(ジャパン・フィルムコミッション)が全国で優れたロケーション資源の開発や市民と一体となった撮影支援、映像作品の活用による地域活性化を目指して活動するフィルムコミッション等を表彰する、第10回JFCアワードにおいて、いばらき、諏訪圏の両フィルムコミッションとともに優秀賞を共同受賞した。

(2) 考慮すべき社会経済状況の変化 (新たな社会課題や機会、法制度の改正、他団体の動向など)

- ・2023年放送の大河ドラマ「どうする家康」の放送終了に伴い、情報番組等の撮影需要が減少した。

6 事業の見直し (Action)

(1) 当年度(2024年度)見直し内容(実施結果の振り返り)

大項目 小項目 / 事業費 人工

- ・組織改正に伴い、シティプロモーショングループと戦略的な業務分担を行ったことにより、撮影支援に専念できる環境が構築され、積極的な撮影支援活動に取り組んだが、大河ドラマ放送終了に伴う全国規模の撮影減を補うことができなかった。

(2) 翌年度(2025年度)以降見直し内容(今後の方向性)

大項目 小項目 / 事業費 人工

- ・シティプロモーショングループと一体となった業務推進により、従来の知名度の向上に加えてブランド認知を高め、「全国規模の撮影支援件数」の増加につなげる。

事業シート (事業名) 03 ふるさと納税事業

1 基本情報

(1) 事業目的・事業対象

ふるさと納税制度に基づき、全国から寄附金を集めるとともに、特産品の返礼を通じて地域産業を振興する。

(2) 事業の性質

開始年度	終了予定	会計区分	事務区分	根拠法令等
2008	-	一般会計	自治事務(その他)	-

(3) 事業の位置付け

主要事業	○	※「総合戦略」該当事業 及び 政策実現のため特に重要な事業を主要事業とする。							
総合戦略	○	(施策)	Ⅲ-2(2)ウ						

(4) 関連するSDGsのゴール

							⑧成長・雇用		
	⑫生産・消費		⑭海洋資源						
事業とゴールの 関連性	特産品のプロモーションにより本市への興味を引き出し、観光誘客を推進するとともに、特産品の返礼を通じた地域産業の振興により、持続可能な経済成長へとつなげる。								

2 事業コストの状況(千円)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算	840,191	1,050,800	1,229,613	1,353,260	1,566,839	1,498,687
	決算	837,130	1,010,322	1,195,209	1,271,075	1,523,353	1,190,557
	国・県支出						
	市債						
	その他						
	一般財源	837,130	1,010,322	1,195,209	1,271,075	1,523,353	1,190,557
	一般会計繰入金						
人件費(報酬等)(A)							
人件費(人工分)(B)		12,600	16,380	13,580	13,580	16,380	17,500
人工	正規	1.0	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
	再任用(31h)						
	再任用(26h)						
	会計年度任用職員(人事課予算)	2.0	3.6	2.6	2.6	3.6	4.0
年間経費(決算+A+B)		849,730	1,026,702	1,208,789	1,284,655	1,539,733	1,208,057

3 事業の指標の状況(2024:総合戦略・基本計画最終年度)

指標名称	総合戦略 施策体系	年度	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
ふるさと納税寄附額(百万円)		目標	1,500	1,800	2,100	2,400	2,700	3,000
		実績	1,628	1,888	2,265	2,463	2,933	2,559
ふるさと納税寄附件数(件)	Ⅲ-2(2) ウ	目標	75,000	100,000	125,000	150,000	175,000	200,000
		実績	88,780	111,115	131,307	126,110	142,769	101,999
		目標						
		実績						
		目標						
		実績						
		目標						
		実績						

(管理番号)									
2024年度	分野	基本政策	政策	予算費目	所属コード	事業	(担当課)	(責任者)	(基準日)
	01	01	06	01	001705000	03	観光・シティプロモーション課	澤田 吉延	2025.7.1

4 当年度(2024年度)事業実施内容 (Do)

■ふるさと納税事業

ふるさと納税による寄附金受入額を増加させるため、ふるさと納税ポータルサイトの利用による寄附受付等を実施。また、返礼品を通じて本市の魅力を発信するためのプロモーション業務等を実施。

○寄附受付サイト

- ・ふるさとチョイス(株)トラストバンク
- ・さとふる(株)さとふる
- ・ANAのふるさと納税(全日空商事(株))
- ・楽天ふるさと納税(楽天(株))
- ・ふるなび(株)アイモバイル
- ・auPAYふるさと納税(KDDI(株))
- ・セゾンのふるさと納税(株)クレディセゾン
- ・JALふるさと納税(日本航空(株))
- ・Amazonふるさと納税(アマゾンジャパン合同会社)

5 当年度(2024年度)事業評価 (Check)

(1)事業の成果と課題

指標の達成度

・寄附受付ポータルサイトの活用、事業者と連携した返礼品の充実、WEB広告を活用した戦略的なプロモーションなどに取り組んだが、寄附額、寄附件数ともに目標値を下回った。

(2) 考慮すべき社会経済状況の変化 (新たな社会課題や機会、法制度の改正、他団体の動向など)

- ・ふるさと納税制度に関する返礼品地場産品基準等の改正(令和5年6月27日付け総務省告示第179号の改正(令和5年10月適用))
- ・募集に要する費用の厳格化
- ・加工品に関する地場産品基準の厳格化

6 事業の見直し (Action)

(1) 当年度(2024年度)見直し内容(実施結果の振り返り)

大項目 小項目 / 事業費 人工

・返礼品の拡充やプロモーションの実施、新たなポータルサイトの導入などを行った。

(2) 翌年度(2025年度)以降見直し内容(今後の方向性)

大項目 小項目 / 事業費 人工

・ふるさと納税制度を適切に運用するなかで、返礼品の拡充や戦略的なプロモーションなどを実施するとともに、現地決済型ふるさと納税の導入を行うなど、寄附者のニーズに合わせたサイト展開を行い寄附額の増加を目指す。